



Konten Infografis Pada Platform Tiktok TVRI Jawa Barat Sebagai Media Informasi Digital

Faiz Baldan Al-Ghifari¹, Tasya Camila Hamdani², Fahmi Fuad Cholagi³

^{1,2,3} Komunikasi Digital dan Media, Vokasi, IPB University

faizbaldanalghifari@gmail.com¹, tasyahmdn@apps.ipb.ac.id², lec_fuadcholagi@apps.ipb.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini mengkaji strategi adaptasi lembaga penyiaran publik TVRI Jawa Barat dalam mendistribusikan informasi digital melalui platform video pendek TikTok. Tujuan utama penelitian ini ainfografis ini tidak dievaluasi melalui metrik tayangan (views) semata, melainkan melalui utilitas aktual yang direpresentasikan oleh tingginya interaksi simpan (saves), bagikan (shares), serta keterlibatan audiens dalam diskusi kolom komentar. Kesimpulannya, pemanfaatan infografis bersama tim Konten Media Baru (KMB) TVRI Jawa Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TVRI Jawa Barat melakukan transformasi strategis dengan mereduksi format berita jurnalistik yang kaku dan kompleks menjadi desain infografis yang ringkas, visual-sentris, dan mudah dipahami. Transformasi ini didukung oleh fleksibilitas manajemen redaksional yang lincah (agile) dalam merespons isu terkini (hot news) di masyarakat. Strategi visualisasi dirancang berdasarkan analisis demografi audiens guna mengurangi beban kognitif (cognitive load), sehingga pesan sosialisasi pemerintah maupun berita harian dapat tersampaikan secara efektif. Keberhasilan pemanfaatan infografis ini tidak dievaluasi melalui metrik tayangan (views) semata, melainkan melalui utilitas aktual yang direpresentasikan oleh tingginya interaksi simpan (saves), bagikan (shares), serta keterlibatan audiens dalam diskusi kolom komentar. Kesimpulannya, pemanfaatan infografis di platform TikTok terbukti sangat adaptif dalam meremajakan citra institusi, menjangkau audiens muda, dan mempertahankan fungsi edukasi TVRI. Konvergensi lintas platform akan terus diarahkan guna membangun ekosistem informasi digital daerah yang semakin terintegrasi.

Kata Kunci: Infografis; Tiktok; Media Baru; TVRI, Jawa Barat

1. Pendahuluan

Tengah arus deras informasi pada era digital saat ini, media sosial sering kali dipenuhi oleh konten visual, di mana salah satu bentuk yang paling menonjol dan efektif adalah infografis. Lebih dari sekadar elemen estetika, infografis) membuat audiens memiliki rentang perhatian yang semakin pendek, sehingga pendekatan visual menjadi sangat krusial. Infografis merupakan teknik penyajian data atau informasi secara visual dengan menggabungkan elemen desain grafis, seperti ilustrasi, tipografi, warna, ikon, dan visualisasi data. Secara fundamental, infografis bertujuan untuk menyederhanakan atau merangkum informasi yang panjang, kaku, dan kompleks menjadi bentuk yang lebih ramah visual, mudah untuk dibaca, dipahami, dan mampu menarik perhatian audiens secara instan. Dengan mengemas informasi secara ringkas dan terstruktur, infografis menjadi instrumen media yang sangat efektif dalam mendukung penyampaian pesan di berbagai ekosistem platform digital (Febrianto Saptodewo, 2014; Nuning Kurniasih, 2016). Lebih dari sekadar elemen estetika, infografis juga didefinisikan secara konseptual sebagai representasi visual dari data, informasi, atau pengetahuan yang memungkinkan proses penyebaran informasi dilakukan secara cepat, presisi, dan jelas (Joshi dan Gupta, 2021).

Seiring dengan meningkatnya dan maraknya penetrasi penggunaan media sosial di berbagai lapisan demografi, eksistensi infografis mengalami evolusi yang signifikan. Format ini tidak lagi terbatas pada media cetak konvensional atau medium presentasi formal, tetapi telah bertransformasi dan banyak diadaptasi pada platform berbasis digital interaktif, seperti Instagram dan TikTok. Secara khusus, TikTok telah merevolusi cara informasi dikonsumsi. Sebagai platform media sosial berbasis video pendek (short-form video), TikTok mengandalkan kekuatan visual, audio, dan kreativitas tanpa batas dalam penyampaian pesannya. Pada aplikasi ini, konten yang sering kali masuk ke halaman utama (For You Page) dan diminati oleh mayoritas audiens adalah video hiburan singkat atau sajian berita menarik yang berdurasi sangat pendek. Fenomena ini menunjukkan bahwa peminat pada aplikasi TikTok rata-rata menyukai format konten yang cepat saji (snackable content) durasinya singkat, alurnya cepat, namun pesannya masih dapat dengan mudah dicerna dan ditangkap secara utuh. Karakteristik algoritma dan preferensi audiens tersebut menjadikan TikTok sebagai media yang sangat potensial dalam mendistribusikan informasi yang masif secara singkat dan menarik kepada masyarakat luas (Montag, Yang, dan Elhai, 2021). TikTok membuktikan bahwa sebuah platform dapat memiliki sifat informatif sekaligus menghibur (edutainment), serta mampu mengunci atensi pengguna hanya dalam hitungan detik pertama.

Menyadari besarnya potensi platform ini, lembaga penyiaran publik TVRI Jawa Barat juga tidak luput memanfaatkan media sosial sebagai ujung tombak untuk mendistribusikan informasi kepada masyarakat. Salah

satu platform strategis yang secara aktif dioptimalkan oleh TVRI Jawa Barat adalah TikTok. Langkah ini diambil sebagai wujud adaptasi institusi penyiaran terhadap transisi media informasi digital guna menjangkau audiens yang jauh lebih luas, inklusif, dan lintas generasi mengingat target audiens TikTok sangat beragam, mulai dari Generasi Z hingga Milenial. TVRI Jawa Barat secara konsisten menyajikan berbagai konten informasi yang dikemas secara modern dalam bentuk infografis gerak (motion infographics), video liputan singkat, dan format visual lainnya. Infografis yang digunakan pada platform TikTok ini dirancang dan diharapkan mampu menyampaikan intisari informasi secara efektif, tetap stand out di tengah derasnya arus konten digital yang bergerak sangat cepat. Namun, efektivitas penyampaian informasi melalui infografis di media sosial tidak hanya bergantung pada aspek estetika visual semata. Keberhasilan ini sangat dipengaruhi oleh proses perancangan (design thinking) di baliknya, pemilihan elemen desain yang tepat, serta kesesuaian penyajian informasi dengan anatomi dan karakteristik platform TikTok (seperti rasio layar vertikal 9:16 dan penempatan safe zone agar tidak tertutup antarmuka aplikasi).

TikTok memiliki potensi besar sebagai media penyampaian informasi digital, platform ini juga membawa tantangan dan risiko tersendiri yang tidak bisa diabaikan. Dampak positif dalam mendemokratisasi informasi, terdapat dampak negatif, salah satunya adalah kecenderungan audiens khususnya kelompok usia remaja yang rentan dalam meniru konten atau menelan narasi tanpa melakukan penyaringan (filter) informasi secara kritis, sehingga memicu misinformasi (Lin, 2023). Oleh karena itu, menjadi sangat penting dan krusial bagi sebuah lembaga penyedia informasi publik bereputasi tinggi, termasuk TVRI Jawa Barat, untuk turun tangan menyajikan konten yang tidak hanya menarik, tetapi juga akurat, edukatif, dan mudah dipahami melalui visualisasi yang tepat sasaran dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

Dalam konteks profesional inilah penulis berkesempatan untuk berkontribusi secara langsung. Selama masa magang di Tim Konten Media Baru (KMB) TVRI Jawa Barat, penulis berperan aktif dalam tahap pra-produksi hingga pasca-produksi konten visual media, khususnya berfokus pada perancangan infografis yang nantinya akan dipublikasikan secara resmi di platform TikTok TVRI Jawa Barat. Selain memproduksi infografis untuk audiens TikTok, tugas di Tim Konten Media Baru (KMB) juga mencakup pengembangan konten informasi harian sederhana berupa video singkat mengenai prakiraan cuaca (weather forecast). Informasi cuaca visual ini diadaptasi dan diunggah secara rutin ke fitur Story pada platform Instagram TVRI Jawa Barat untuk memenuhi kebutuhan informasi harian masyarakat.

Laporan ini berfokus pada analisis mendalam mengenai teknis perancangan dan pembuatan infografis pada platform TikTok TVRI Jawa Barat sebagai sebuah media informasi digital. Topik ini dipilih karena adanya urgensi dan ketertarikan akademis untuk mengkaji lebih jauh bagaimana mekanisme penerjemahan data mentah menjadi sebuah karya infografis-prinsip dasar desain grafis, serta menelaah seberapa besar peran desain infografis dalam mendukung efektivitas tingkat penyampaian informasi digital kepada audiens yang beragam. Topik ini dipilih karena adanya urgensi dan ketertarikan akademis untuk mengkaji lebih jauh bagaimana mekanisme penerjemahan data mentah menjadi sebuah karya infografis yang komunikatif dan fungsional untuk diunggah pada Media Sosial, khususnya dalam menaklukkan algoritma dan audiens di platform TikTok.

Perumusan masalah disini berfokus pada Bagaimana proses produksi konten infografis pada platform TikTok TVRI Jawa Barat sebagai media informasi digital, serta Bagaimana pemanfaatan konten infografis tersebut dalam menyampaikan informasi digital kepada audiens melalui platform TikTok TVRI Jawa Barat. Sesuai dengan rumusan masalah yang ada, tujuan dalam kegiatan magang ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses pembuatan infografis pada platform TikTok TVRI Jawa Barat sebagai media informasi digital, sekaligus mendeskripsikan bagaimana bentuk penyajian informasi melalui infografis pada konten TikTok TVRI Jawa Barat.

2. Metode Penelitian

Laporan ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan, menguraikan, dan menganalisis secara mendalam fenomena yang terjadi di lapangan berdasarkan fakta-fakta yang tampak sebagaimana adanya.

2.1. Lokasi dan Waktu

Kegiatan magang dan proses pengumpulan data untuk laporan ini dilaksanakan secara langsung di kantor TVRI Stasiun Jawa Barat. Adapun lokasi instansi tersebut beralamat lengkap di Cibaduyut No. 269, Cibaduyut Wetan, Kec. Bojongloa Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat, Kode Pos 40326. Pelaksanaan magang ini berlangsung selama kurang lebih empat bulan. Kegiatan ini dimulai pada tanggal 26 Januari 2026 dan berakhir pada tanggal 10 Mei 2026. Waktu pelaksanaan pengumpulan data dan observasi lapangan disesuaikan dengan jam kerja operasional yang berlaku di TVRI Jawa Barat.

2.2. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan adalah wawancara. Menurut Sugiyono (2022), wawancara jenis ini bersifat lebih fleksibel, di mana peneliti menggunakan panduan pertanyaan terarah untuk menggali informasi secara mendalam, namun

tetap memiliki keleluasaan untuk mengembangkan pertanyaan sesuai dengan dinamika jawaban narasumber. Wawancara difokuskan kepada pihak-pihak yang terlibat langsung dalam produksi konten, yaitu dengan dua informan/pihak, *PIC* TikTok Festina Kurnianti dan anggota Tim KMB pada bagian TikTok Alya Muthia. Peneliti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan informasi yang diperoleh. Hal ini dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara antara *PIC* TikTok Festina Kurnianti dengan anggota Tim KMB TikTok Alya Muthia untuk melihat konsistensi informasi mengenai perencanaan dan produksi konten infografis. Melalui metode ini, peneliti bertujuan untuk menggali informasi komprehensif terkait tahapan perencanaan, proses produksi, hingga pertimbangan penyajian visual agar konten infografis dapat tersampaikan secara efektif sebagai media penyebaran informasi digital di platform TikTok.

2.3 Metode Analisis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif. Mengacu pada metode pengumpulan data melalui wawancara, proses analisis dilakukan secara interaktif. Penelitian ini menggunakan model analisis data kualitatif dari Miles, Huberman, dan Saldana (2014). Peneliti melakukan pengecekan terhadap data telah diperoleh dari hasil wawancara. Data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan informan dicocokkan dengan hasil observasi lapangan selama peneliti berpartisipasi pada Divisi KMB di TVRI Jawa Barat.

3. Hasil dan Pembahasan

Temuan penelitian ini menunjukkan adanya pergeseran strategis dalam pola penyebaran informasi oleh lembaga penyiaran publik. TVRI Jawa Barat, melalui Divisi Konten Media Baru, secara spesifik memilih TikTok sebagai saluran distribusi utama untuk format infografis. Pemilihan platform ini didasari oleh karakteristik penyebaran informasi di TikTok yang sangat cepat dan memiliki jangkauan luas tanpa harus bergantung pada jumlah pengikut (followers) secara mutlak. Keputusan mentransformasikan berita yang umumnya disajikan dalam format panjang dan kaku menjadi infografis visual di TikTok merupakan langkah adaptif untuk menjangkau audiens digital. Strategi ini memungkinkan TVRI untuk tetap menjalankan fungsinya sebagai penyedia informasi dan edukasi bagi masyarakat (khususnya program pemerintah dan isu seputar Jawa Barat), sekaligus meremajakan citra kelembagaan agar relevan dengan pola konsumsi media saat ini.

Strategis yang dilakukan oleh TVRI Jawa Barat melalui Divisi Konten Media Baru merepresentasikan evolusi fundamental dalam ekosistem penyiaran publik di era disrupsi digital. Keputusan menjadikan TikTok sebagai medium utama untuk distribusi infografis bukanlah sekadar perubahan teknis operasional, melainkan sebuah lompatan adaptif yang esensial untuk mempertahankan relevansi institusi negara di tengah gempuran media komersial. Fenomena ini sejalan dengan pandangan Nasrullah (2020) mengenai komunikasi bermedia siber, di mana institusi yang sebelumnya bertumpu pada komunikasi konvensional berhaluan satu arah (*one-to-many*) kini diwajibkan untuk bermigrasi ke ruang-ruang digital yang interaktif dan terfragmentasi. Transformasi dari format berita televisi yang linear, panjang, dan kaku menjadi konten visual berdurasi singkat menunjukkan adanya kesadaran struktural bahwa masyarakat kontemporer tidak lagi secara pasif menunggu jadwal tayangan. Alih-alih, lembaga penyiaran publiklah yang harus proaktif "menjemput" audiensnya di platform tempat mereka menghabiskan waktu, membuktikan bahwa TVRI Jawa Barat sedang melakukan dekonstruksi terhadap pakem jurnalistik tradisional demi membangun sebuah ekosistem informasi yang lebih dinamis dan inklusif bagi warganya.

Pemilihan platform TikTok secara spesifik didasari oleh kecerdasan redaksional dalam membaca algoritma distribusi informasi masa kini yang tidak lagi berpusat pada akumulasi jumlah pengikut (followers). Dalam konteks teori komunikasi massa modern, hal ini mencerminkan pergeseran strategis dari social graph (jejaring sosial berbasis relasi) menuju interest graph (jejaring berbasis ketertarikan konten). Sebagaimana dijelaskan oleh pakar komunikasi Mulyana (2020), medium komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai saluran pasif, tetapi secara aktif membentuk karakteristik pesan dan bagaimana pesan tersebut diresepsi oleh khalayak. Algoritma For You Page (FYP) pada TikTok memungkinkan sebuah pesan informatif seperti program pemerintah daerah atau mitigasi krisis untuk terdistribusi secara eksponensial dalam hitungan jam tanpa memerlukan basis massa awal yang besar. Fleksibilitas penyebaran informasi secara organik inilah yang dimanfaatkan oleh TVRI untuk meretas batas-batas jangkauan geografis maupun demografis yang selama ini menjadi kendala pada frekuensi terestrial, mengindikasikan bahwa penguasaan "logika platform" (platform logic) kini sama pentingnya dengan penguasaan kaidah jurnalistik itu sendiri.

Pada dimensi pengemasan pesan, konversi berita jurnalistik yang padat menjadi format infografis visual di TikTok merupakan strategi reduksi kompleksitas yang sangat krusial dalam merespons keterbatasan kapasitas memori kognitif audiens digital. Audiens media sosial memiliki kecenderungan skimming atau memindai informasi dengan sangat cepat, sehingga teks-teks berita bernarasi birokratis seringkali gagal menyampaikan esensi utamanya. Merujuk pada konsep literasi media dan komunikasi visual kontemporer (Juditha, 2020), infografis berperan sebagai jembatan kognitif yang memecah tumpukan data statistik menjadi elemen-elemen visual yang mudah dicerna, terstruktur, dan berdaya ingat tinggi. Strategi ini memungkinkan informasi krusial terkait isu-isu strategis di Jawa Barat bertransformasi menjadi konten harian yang dekat dengan lingo keseharian audiens muda.

Dengan visualisasi yang atraktif dan penyederhanaan bahasa tanpa mendistorsi fakta, TVRI berhasil membongkar stigma bahwa informasi dari lembaga pemerintah selalu membosankan, mengubahnya menjadi sajian edukatif yang rasional namun tetap ramah secara visual.

Secara kelembagaan, langkah adaptif yang diinisiasi oleh TVRI Jawa Barat ini bermuara pada upaya peremajaan citra institusi (institutional rebranding) tanpa sedikitpun mengorbankan mandat luhurnya sebagai penyedia layanan publik. Tantangan eksistensial terbesar bagi media milik negara di era kiwari adalah mempertahankan wibawa edukasi publik sekaligus meraih atensi dari kelompok demografi milenial dan Gen Z. Dalam perspektif komunikasi korporat (Kriyantono, 2020), identitas kelembagaan harus terus direnegosiasikan dan disesuaikan mengikuti semangat zaman (*zeitgeist*) agar tidak mengalami keterasingan kultural di tengah masyarakatnya sendiri. Melalui kehadiran yang persisten, edukatif, dan visual-sentris di media sosial, TVRI Jawa Barat tidak hanya menunaikan kewajiban fungsionalnya secara efektif, tetapi juga berhasil merajut kembali kedekatan emosional dengan publik. Citra yang terbangun kini bukan lagi sekadar "corong pemerintah" yang kuno dan birokratis, melainkan representasi dari sebuah institusi modern yang lincah, kredibel, dan senantiasa hadir mendampingi kebutuhan informasi masyarakat di ujung jari mereka.



Gambar 1. Jumlah *Insight* dari Konten Infografis

Gambar 1 menampilkan jumlah *Insight* dari beberapa konten infografis pada akun TikTok TVRI Jawa Barat, keputusan strategis yang dipilih oleh TVRI Jawa Barat dalam memilih format infografis di platform TikTok sebagai medium utama penyebaran berita merupakan sebuah manuver redaksional yang sangat relevan dengan dinamika media masa kini. Festina Kurnianti selaku *PIC TikTok* Divisi Konten Media Baru (KMB) menyatakan "Kenapa kita bikinnya infografis, karena memang untuk TikTok TVRI Jawa Barat fokus pertamanya adalah di berita, mengingat audiens terbesar ada di sana. Diutamakan informasi seputar Jawa Barat, namun tidak menutup kemungkinan membahas yang sedang happening di Indonesia, khususnya untuk mensosialisasikan masyarakat Jawa Barat melalui media publik. Diutamakan informasi seputar Jawa Barat, namun tidak menutup kemungkinan membahas yang sedang happening di Indonesia, khususnya untuk mensosialisasikan informasi atau program-program terbaru pemerintah."

Taktis dari teks jurnalistik yang panjang menjadi narasi visual yang ringkas dan atraktif ini membuktikan bahwa lembaga penyiaran publik mampu meruntuhkan stigma kaku, beradaptasi dengan disrupsidapat dibedah melalui kacamata teori ekologi media dan komunikasi massa kontemporer. Sebagaimana dikemukakan oleh Nasrullah (2020), institusi media di era siber diwajibkan untuk bermigrasi secara proaktif ke ruang-ruang digital yang interaktif demi merengkuh audiens yang terfragmentasi. Dalam konteks ini, TVRI Jawa Barat secara cerdas menyadari bahwa audiens TikTok memiliki pola konsumsi informasi yang bersifat visual, dinamis, dan instan. Oleh karena itu, berita pemerintahan atau isu-isu regional yang tadinya bersifat kaku dan birokratis direduksi serta dikemas ulang menjadi infografis. Mulyana (2021) menegaskan bahwa efektivitas sebuah proses komunikasi sangat bergantung pada kepekaan komunikator dalam menyandikan pesan (*encoding*) agar selaras dengan karakteristik saluran (*channel*) dan khalayak sasarannya. Proses penyandian pesan melalui visualisasi infografis ini bertujuan agar substansi informasi tidak sekadar terdistribusi, tetapi juga mampu merengkuh atensi kognitif masyarakat luas, memastikan pesan strategis pemerintah daerah dapat dipahami tanpa menimbulkan kebosanan atau resistensi dari audiens digital.

Langkah adaptif yang diambil oleh Divisi Konten Media Baru ini merepresentasikan evolusi peran lembaga penyiaran publik dalam kerangka ekosistem komunikasi digital yang lebih luas. Sebuah institusi media negara memiliki mandat mutlak untuk melayani hak publik atas informasi, yang mana pemenuhan hak tersebut menuntut institusi untuk "menjemput bola" ke ruang-ruang di mana mayoritas audiensnya menghabiskan waktu. McQuail (2020) dalam kajian normatif media massa menyebutkan bahwa media penyiaran publik harus terus merevitalisasi fungsinya sebagai pelayan masyarakat dengan beradaptasi secara struktural terhadap disrupsi teknologi media

baru. Dengan menjadikan platform TikTok sebagai ujung tombak sosialisasi program pemerintah dan penyebaran isu-isu yang sedang happening, TVRI Jawa Barat sedang melakukan demokratisasi informasi secara masif. Informasi krusial tidak lagi terbelenggu oleh batasan jam tayang televisi terestrial yang linier, melainkan mengalir secara organik di linimasa media sosial masyarakat. Taktis dari teks jurnalistik yang panjang menjadi narasi visual yang ringkas dan atraktif ini membuktikan bahwa lembaga penyiaran publik mampu meruntuhkan stigma kaku, beradaptasi dengan disrupsi, dan membangun kembali kedekatan kultural dengan masyarakatnya melalui jembatan komunikasi yang inklusif serta tepat sasaran.

3.1 Infografis Pada Akun TikTok TVRI Jawa Barat

Lembaga penyiaran publik seperti TVRI Jawa Barat menggunakan format infografis ke dalam platform TikTok menandai pergeseran paradigma institusional yang signifikan. Keputusan Divisi Konten Media Baru untuk menjadikan TikTok sebagai saluran distribusi utama format infografis bukan sekadar inovasi teknis, melainkan langkah strategis untuk meretas batas-batas jangkauan media konvensional. Karakteristik algoritmik platform distribusi TikTok yang memprioritaskan interest graph di atas social graph memberikan peluang bagi entitas penyiaran untuk mencapai penetrasi audiens tanpa bergantung pada jumlah pengikut (followers) absolut. Melalui strategi ini, lembaga berupaya merombak format berita tradisional menjadi sajian visual ringkas yang relevan dengan pola konsumsi digital, tanpa mengorbankan fungsi edukasi dan diseminasi informasi publik.

Secara teoretis, fenomena ini dapat dibedah menggunakan Teori Media Baru (New Media Theory) yang dikemukakan oleh McQuail (2010), serta konsep Mediatisasi (Mediatization) dari Hjarvard (2013). McQuail (2010) menekankan bahwa digitalisasi, interaktivitas, dan konvergensi secara fundamental mengubah hubungan relasional antara produsen pesan dan audiensnya. TVRI Jawa Barat merepresentasikan konversi bentuk komunikasi *one-to-many* (satu ke banyak) yang kaku menuju komunikasi digital yang terfragmentasi namun presisi. Konsep Mediatisasi (Hjarvard, 2013) menjelaskan bagaimana institusi-institusi kemasyarakatan, termasuk media negara, terdorong untuk mengadaptasi "logika media" dominan. Dalam konteks ini, institusi yang sebelumnya bertumpu pada broadcasting logic kini harus mengakomodasi platform logic agar tetap relevan di mata publik.

Elaborasi dari perpaduan temuan dan teori ini mengindikasikan terjadinya peremajaan institusional (institutional rejuvenation). TVRI Jawa Barat menunjukkan kesadaran bahwa otoritas kelembagaan semata tidak lagi memadai; kehadiran di sentra-sentra agregasi audiens digital adalah sebuah keharusan. Transformasi berita menjadi infografis merupakan kompromi strategis antara tuntutan akurasi jurnalistik penyiaran publik dengan pragmatisme konsumsi informasi generasi digital. Langkah ini menyelamatkan posisi TVRI dari ancaman keusangan (obsolescence), membuktikan bahwa lembaga negara mampu beroperasi dengan agilitas yang setara dengan entitas komersial dalam mendayagunakan algoritma distribusi konten tanpa mereduksi esensi demokratis dari penyebaran informasi publik.

3.2. Fleksibilitas Redaksional dalam Manajemen Konten Inforgrafis

Transformasi platform penyiaran secara langsung menuntut rekonfigurasi radikal pada manajemen operasional dapur redaksi. Berbeda dengan rutinitas penyiaran konvensional yang sangat terstruktur, tim redaksi TVRI Jawa Barat mengimplementasikan pendekatan manajemen konten yang dinamis dan lincah (agile). Meskipun terdapat proyeksi kerja mingguan melalui content planner, kerangka ini bersifat tentatif. Ketika terjadi eskalasi isu di masyarakat atau munculnya berita terkini (hot news), sistem redaksi memungkinkan penangguhan (hold) konten terjadwal. Selain kelincahan respons, redaksi juga menerapkan sistem kendali mutu yang ketat, mulai dari perbaikan ketidakakuratan pengetikan (typo) hingga pembaruan data yang berujung pada penarikan (take down) dan pengunggahan ulang konten untuk memelihara integritas institusi.

Praktik redaksional ini sangat relevan untuk dianalisis melalui Teori Gatekeeping (Penjaga Gawang), khususnya pergeseran dari Traditional Gatekeeping (Shoemaker & Vos, 2009) menuju Network Gatekeeping (Barzilai-Nahon, 2008). Pada era televisi konvensional, gatekeeping terjadi secara linear (Shoemaker & Vos, 2009), di mana informasi disaring oleh redaksi sebelum disiarkan. Namun, dalam ekosistem digital, proses ini berevolusi menjadi siklus yang berkelanjutan berbasis jaringan (Barzilai-Nahon, 2008). Keputusan untuk menangguhkan konten terjadwal demi memprioritaskan isu terkini menunjukkan bahwa redaksi tidak lagi bertindak sebagai penyaring pasif, melainkan sebagai kurator real-time yang merespons dinamika algoritma dan atensi publik.

Elaborasi teoretis ini memperlihatkan bagaimana entitas penyiaran menyeimbangkan aktualitas dengan kredibilitas institusional. Dalam budaya media digital yang sering kali mengorbankan akurasi demi kecepatan, mekanisme evaluasi TVRI yang secara tegas melakukan take down atas kesalahan teknis menunjukkan berjalannya post-publication gatekeeping (penjagaan gawang pascapublikasi). Kesalahan di media digital meninggalkan jejak abadi yang rentan diampifikasi publik. Oleh karena itu, agilitas redaksional ini merupakan penyesuaian Standar Operasional Prosedur (SOP) jurnalistik ke dalam ritme digital, memastikan bahwa TVRI tidak sekadar hadir sebagai penyedia arsip informasi, melainkan sebagai partisipan yang responsif dan beretika dalam diskursus publik harian.

3.3. Strategi Reduksi Informasi dan Visualisasi Berbasis Demografi

DOI: <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.10205>

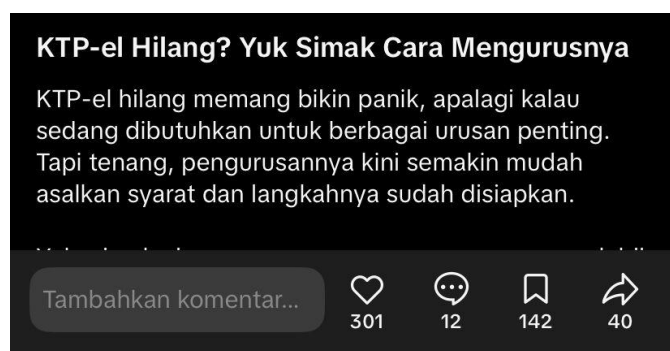
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Konsekuensi logis dari kelincuhan redaksional di era digital adalah perlunya restrukturisasi pengemasan pesan agar sepenuhnya sejalan dengan kapasitas kognitif audiens. Proses produksi infografis di TVRI Jawa Barat secara nyata menyoroti urgensi penyederhanaan (simpperseptualinformasi jurnalistik yang sering kali sarat akan data statistik, kebijakan multi-tafsir, dan bahasa birokrasi yang kompleks menjadi elemen visual yang efisien tanpa sedikit pun mendistorsi fakta empiris. Berpijak pada analitik demografis platform mereka yang didominasi oleh pria dewasa (berada pada rentang usia 20 hingga 30 tahun ke atas), pendekatan desain visual secara sengaja diarahkan pada rasionalitas, fungsionalitas, dan simplifikasi yang maskulin. Kelompok demografi ini umumnya memiliki pola konsumsi media yang berorientasi pada pencarian informasi yang cepat, praktis, dan lugas (straight to the point). Oleh karenanya, implementasi desain berfokus pada penggunaan tipografi yang tegas dan terbaca jelas (legible) di layar gawai, tata letak (layout) yang minimalis dan terstruktur, serta palet warna yang terukur dan senantiasa konsisten dengan identitas kelembagaan TVRI. Harmonisasi elemen-elemen grafis ini difungsikan secara khusus untuk meminimalisasi hambatan perseptual (gangguan visual) saat audiens melakukan skimming atau memindai layar dengan cepat. Langkah ini dapat dianalisis secara komprehensif melalui Teori Beban Kognitif (Cognitive Load Theory) dari Sweller (Sweller, Ayres, & Kalyuga, 2011). Teori Beban Kognitif berasumsi bahwa kapasitas memori kerja manusia sangat terbatas saat memproses informasi baru (Sweller et al., 2011). Strategi simplifikasi visual yang diterapkan TVRI secara teoretis berfungsi untuk mereduksi extraneous cognitive load (beban kognitif eksternal akibat kompleksitas desain), sehingga fokus mental audiens dapat langsung tersalurkan pada substansi pesan.

Lebih dari sekadar estetika, langkah taktis ini dapat dianalisis secara komprehensif melalui lensa Teori Beban Kognitif (Cognitive Load Theory) yang digagas oleh Sweller (Sweller, Ayres, & Kalyuga, 2011). Redaksi memilih untuk menggantinya dengan pendekatan jurnalisme solusolutifoses informasi baru, terlebih di tengah paparan konten media sosial yang datang bertubi-tubi dengan kecepatan tinggi. Dalam konteks pelaporan berita, informasi kebijakan publik atau krisis kesehatan pada dasarnya sudah memiliki intrinsic cognitive load (beban kognitif bawaan) yang tinggi karena sifat materinya yang inherently rumit. Untuk mengatasi hal tersebut, strategi simplifikasi visual yang diterapkan TVRI secara teoretis berfungsi vital untuk mereduksi extraneous cognitive load (beban kognitif eksternal yang tidak perlu akibat desain yang terlalu ramai, teks yang bertele-tele, atau navigasi yang membingungkan). Dengan mengeliminasi distraksi visual, fokus mental dan sisa energi kognitif audiens dapat langsung tersalurkan secara utuh pada pemahaman substansi pesan.

Di samping efisiensi visual, redaksi juga mempraktikkan manajemen kognitif melalui pembingkai pesan (framing) yang beretika. TVRI secara aktif mengambil peran untuk mencegah eskalasi kepanikan publik dalam merespons sebuah isu hangat (hot news). Sebagai representasi negara, mereka tidak terjebak pada metrik viralitas semata. Alih-alih menggunakan terminologi sensasional, hiperbolis, atau clickbait yang sering diadopsi oleh media komersial (seperti penggunaan frasa "virus zombie" untuk mendeskripsikan kasus infeksi di kapal pesiar), TVRI Jawa Barat secara sadar memitigasi narasi tersebut. Redaksi memilih untuk menggantinya dengan pendekatan jurnalisme solutif menyajikan narasi mitigasi yang berbasis data, proporsional, dan menyertakan langkah-langkah pencegahan yang konkret.

3.4. Interaksi Partisipatif Audiens dan Konvergensi Lintas Platform



Gambar 2. Caption dan Feedback Dari Salah Satu Konten Infografis

Gambar 2 yang dilampirkan menunjukkan jumlah *likes* (suka), komen, *saves* (simpan) dan *shares* (bagikan) yang dimana menunjukkan bahwa keberhasilan infografis sebagai media informasi digital dalam penelitian ini tidak lagi diukur secara konvensional melalui sekadar jumlah tayangan (views). Metrik utama yang digunakan adalah *saves* (simpan) dan *shares* (bagikan), yang mengindikasikan bahwa audiens menganggap informasi tersebut memiliki nilai utilitas tinggi (bermanfaat) dan layak didistribusikan ke lingkaran sosial mereka.

Festina Kurnianti menyatakan "Jelas dari jumlah views, komen, dan yang paling penting adalah *saves* dan *shares*. Kalau banyak yang *save* dan *share*, berarti orang tersebut merasa butuh informasi ini dan membagikannya ke teman-temannya."



Gambar 3. Feedback Komen Dari Konten Infografis

Gambar 3 menunjukkan tingginya tingkat keterlibatan audiens (audience engagement) juga tercermin dari ruang diskusi di kolom komentar seperti pada gambar yang dilampirkan, menunjukkan feedback dari berupa sebuah komentar yang berisi seperti reaksi, keluhan, serta opini warganet mengenai berita infografis yang diunggah.

Reaksi audiens jarang mengkritik format visual, melainkan lebih banyak membedah substansi konten, seperti terjadinya diskusi kritis mengenai perbedaan data besaran zakat antar daerah. Hal ini membuktikan bahwa audiens TikTok TVRI tidak bersifat pasif, melainkan berpartisipasi aktif dalam memvalidasi dan mendiskusikan informasi. Ke depannya, TVRI Jawa Barat merencanakan inovasi konvergensi lintas platform (cross-platform traffic). Infografis tidak hanya akan berdiri sendiri, tetapi dirancang dengan template khusus yang menyeragamkan identitas visual daerah, dan akan diarahkan (directing) secara langsung ke portal website berita resmi atau mitra seperti PRFM. Inovasi ini merupakan bentuk integrasi ekosistem digital yang utuh, menghubungkan ketertarikan awal (hook) di media sosial dengan kedalaman informasi di portal jurnalistik.

Muara dari adaptasi institusional dan kelincahan redaksional terlihat pada terbangunnya ekosistem interaksi audiens yang bermakna. Keberhasilan distribusi informasi digital tidak lagi dikuantifikasi secara konvensional melalui views, melainkan beralih pada matrik keterlibatan yang lebih substansial seperti saves (simpan) dan shares (bagikan). Metrik ini mengonfirmasi tingginya nilai utilitas konten di mata audiens. Fenomena ini diperkuat oleh kualitas diskursus di kolom komentar, di mana audiens lebih banyak membedah akurasi data (seperti perbedaan tarif zakat) dibandingkan aspek superfisial visual. Merespons hal ini, TVRI Jawa Barat merancang strategi konvergensi (cross-platform traffic) dengan memfungsikan infografis sebagai hook yang akan mengarahkan audiens pada portal web berita resmi maupun mitra penyiaran untuk mendapatkan kedalaman informasi.

Analisis fenomena ini merepresentasikan konseptualisasi Budaya Partisipatif (Participatory Culture) dan Konvergensi Media (Convergence Culture) yang dirumuskan oleh Jenkins (2006). Tingginya angka *saves* dan *shares* bahwa audiens secara aktif menyeleksi media untuk memenuhi kebutuhan kognitif dan utilitas praktisnya. Di sisi lain, perdebatan substantif di kolom komentar adalah manifestasi empiris dari Budaya Partisipatif (Jenkins, 2006); audiens tidak lagi bertindak sebagai konsumen pasif, melainkan berevolusi menjadi produsen makna (prosumer) yang melakukan validasi silang terhadap informasi pemerintah.

Elaborasi dari gagasan konvergensi ini menunjukkan tingkat kematangan operasional digital institusi. Rencana pengarahannya lintas (directing traffic) mengindikasikan pemahaman redaksi terhadap limitasi format Infografis, yang sangat efektif untuk memicu kesadaran (awareness) kognitif, namun memiliki keterbatasan dalam menyajikan jurnalisme investigatif yang mendalam (Jenkins, 2006). Melalui standardisasi visual dan sinergi antar platform, lembaga sedang merajut infrastruktur informasi lokal yang sirkular. Pada akhirnya, keberhasilan di platform TikTok menjadi katalisator bagi ekosistem jurnalistik utama, membuktikan bahwa media arus utama dan media sosial dapat diorkestrasikan secara integratif untuk menyajikan pelayanan publik yang komprehensif.

Sinergi yang solid antara reduksi visual dan pembungkaiannya etis inilah yang pada akhirnya berhasil menciptakan ruang komunikasi digital yang otoritatif, aman, dan kredibel di platform TikTok. Melalui infografis ini, institusi penyiaran publik berhasil mereposisi dirinya secara elegan; bukan lagi sekadar sebagai aparaturnya yang

DOI: <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.10205>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

mendikte dari atas, melainkan bertransformasi menjadi komunikator andal dan fasilitator pengetahuan yang mampu menerjemahkan kompleksitas data menjadi ringkasan strategis yang fungsional, membumi, dan siap diaplikasikan dalam ritme kehidupan sehari-hari masyarakat.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan mengenai strategi manajemen konten infografis pada akun TikTok TVRI Jawa Barat, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan platform TikTok tersebut sebagai saluran distribusi utama merupakan bentuk transformasi penyiaran publik yang sangat adaptif. Strategi ini terbukti efektif dalam menjangkau demografi audiens yang lebih muda dan meremajakan citra kelembagaan, tanpa sedikit pun mengesampingkan fungsi esensial TVRI sebagai penyedia informasi publik yang edukatif dan kredibel. Keberhasilan transformasi ini ditopang secara kuat oleh sistem manajemen redaksional yang dinamis dan taktis, di mana Divisi Konten Media Baru (KMB) mampu memadukan perencanaan terstruktur dengan fleksibilitas tinggi. Kapabilitas untuk menangguk jadwal rilis konten rutin demi memprioritaskan isu-isu terkini (hot news) menunjukkan kepekaan lembaga yang luar biasa terhadap aktualitas diskursus di ruang publik.

Reference

- Aditya, R., & Permana, D. (2022). Strategi Pemanfaatan Platform TikTok Sebagai Media Penyebaran Informasi Publik Terkini. *Jurnal Komunikasi Massa*, 15(2), 110–125.
- Aisyah, R. N. (2023). Stability dari Faktor Kecepatan untuk Dinamisasi Zona pada Zone Routing Protocol. *Jurnal Rekayasa Elektrika*, 16(3).
- Anshori, A. M., & Hidayat, N. (2023). Efektivitas Infografis sebagai Media Edukasi dan Informasi Digital di Era Short-Form Video. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 7(2), 112-125.
- Budiarta, I. W., & Sari, N. P. (2023). Efektivitas Desain Infografis dalam Menyampaikan Berita Kriminal pada Media Sosial. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 8(1), 45–58.
- Cahyani, A. D., & Wibowo, A. (2024). Analisis Tingkat Engagement Pengguna Generasi Z Terhadap Konten Berita di Aplikasi TikTok. *Jurnal Interaksi Komunikasi*, 11(2), 201–215.
- Dewi, S. R., & Prasetyo, H. (2025). Perancangan Motion Infographics Sebagai Upaya Reduksi Beban Kognitif Audiens TikTok. *Invensi: Jurnal Penciptaan dan Pengkajian Seni*, 10(1), 77–92.
- Fauzi, M. R., & Hakim, L. (2021). Pergeseran Paradigma Media Informasi Digital: Dari Teks Jurnalistik ke Visualisasi Video Pendek. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 6(1), 30–45.
- Gunawan, F., & Hapsari, R. (2022). Algoritma TikTok dan Implikasinya Terhadap Distribusi Informasi Kebijakan Pemerintah Daerah. *Jurnal Kebijakan dan Komunikasi Publik*, 7(2), 134–148.
- Hakim, A. R., & Lestari, M. (2022). Penerimaan Generasi Z Terhadap Konten Edutainment Berbasis Video Pendek Sebagai Sumber Informasi Digital. *Jurnal Sosiologi Media*, 7(2), 99–114.
- Hidayatullah, R., & Santoso, B. (2023). Pengaruh Gaya Visual Infografis Terhadap Kemudahan Pemahaman Informasi Digital Masyarakat Urban. *Jurnal Seni dan Desain*, 14(1), 55–68.
- Iskandar, A., & Nabila, F. (2024). Platform Video Pendek Sebagai Alternatif Saluran Literasi Media di Era Konvergensi Digital. *ProTVF: Jurnal Kajian Televisi dan Film*, 8(2), 150–165.
- Juditha, C. (2021). Interaksi Komunikasi Edukasi dan Literasi Media di Aplikasi TikTok. *Jurnal Pekommas*, 6(1), 35-46.
- Kusumawardhani, P., & Yuliana, E. (2021). Peran Elemen Desain Grafis pada Infografis Interaktif Dalam Meningkatkan Retensi Informasi Pembaca. *Jurnal Rupa*, 6(2), 112–126.
- Lestari, W. D., & Nugroho, S. (2025). Jurnalisme Visual di Platform TikTok: Strategi Media Arus Utama Menggaet Audiens Muda. *Jurnal Ilmu Komunikasi Strategis*, 15(1), 22–38.
- Maulana, I., & Rahman, A. (2022). Transformasi Digital Lembaga Penyiaran Dalam Menghadapi Perubahan Perilaku Konsumsi Media Massa. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(1), 89–104.
- Nugraha, R. P., & Putri, K. D. (2023). Analisis Pemanfaatan Konten Infografis Dinamis Untuk Kampanye Sosial di Era Media Baru. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 8(1), 40–55.
- Oktaviani, S., & Pratama, D. (2024). Fenomena Snackable Content: Adaptasi Informasi Jurnalistik Menjadi Hiburan Ringan di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Media dan Informasi*, 12(2), 110–125.
- Pratama, A. R., & Salsabila, N. (2024). Peran Infografis Bergerak (Motion Infographics) dalam Meningkatkan Keterlibatan Audiens pada Platform TikTok. *Jurnal Ilmu Komunikasi Strategis*, 14(1), 88-102.
- Pratama, Y. A., & Sari, D. P. (2025). Transisi Media Komunikasi Visual: Efisiensi Penyampaian Kebijakan Publik Berbasis Infografis di TikTok. *Jurnal Kajian Kebijakan Publik dan Media*, 12(1), 30–45.
- Rahmadani, S., & Fitriani, A. (2025). Implementasi Desain Minimalis Pada Motion Infographics Berita Harian di TikTok. *Jurnal Estetika dan Desain*, 11(1), 60–75.
- Salsabila, N., & Irwansyah, I. (2022). Aplikasi TikTok sebagai Media Penyebaran Informasi dan Tren Budaya Populer di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 6(1), 50-65.
- Saputra, E. N., & Rahmawati, Y. (2026). Strategi Visual Jurnalisme Era Kiwari: Analisis Konten Berita Format Vertikal pada Platform TikTok. *Jurnal Studi Jurnalisme Mutakhir*, 9(1), 50–65.
- Setiawan, B., & Anggraini, N. (2024). Pemanfaatan Fitur Short Video di TikTok sebagai Media Penyebaran Informasi Berita Terkini. *Jurnal Komunikasi Digital*, 8(1), 45–60.
- Syahputra, E., & Wijaya, A. (2021). Pergeseran Gatekeeping Jurnalisme Dalam Ekosistem Distribusi Konten Berbasis Algoritma Media Sosial. *Jurnal Kajian Media*, 5(2), 140–155.
- Wijaya, K., & Ramadhani, R. (2021). Strategi Visualisasi Informasi Melalui Konten Jurnalisme Berbasis Video Pendek di Media Sosial. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 8(2), 175-190.